

ANALISIS DAYA SAING PRODUK SEPEDA MOTOR INDONESIA YANG TERGABUNG DALAM AISI TERHADAP THAILAND

ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS INDONESIAN MOTORCYCLE PRODUCTS INCORPORATED IN AISI TO THAILAND

Deswiny Nurviaratu Taswin¹⁾, Muhammad Azhari²⁾
dan Aldilla Iradianty³⁾

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾ deswiny@students.telkomuniversity.ac.id, ²⁾ muhazhari@telkomuniversity.ac.id
³⁾ aldillai@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Ekspor merupakan suatu kegiatan yang dapat mendukung meningkatnya perekonomian suatu negara. Banyaknya negara mengimpor produk dari Indonesia menandakan bahwa produk Indonesia tidak kalah dengan produk dari negara lain. analisis daya saing merupakan suatu tolak ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat daya saing suatu negara terhadap negara saingannya. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui daya saing produk sepeda motor Indonesia yang tergabung dalam Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia terhadap Thailand. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah Indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dan Indeks Konsentrasi Pasar (IKP). Dimana RCA digunakan untuk mengetahui tingkat daya saing pada suatu komoditas negara terhadap negara saing, IKP untuk mengetahui ketergantungan suatu komoditas. Dan ISP digunakan untuk keunggulan kompetitif suatu komoditas negara. Hasil dari penelitian ini dari RCA secara umum daya saing Thailand masih lebih baik dibandingkan Indonesia. namun daya saing Indonesia mulai meningkat pada saat periode 2015 – 2016 dan Indonesia sudah mampu bersaing dengan produk sepeda motor Thailand. Hasil ISP Indonesia masih pada tahap substitusi impor dan Thailand sudah berada di tahap pematangan. Hasil IKP dapat dilihat bahwa ketergantungan atau konsentrasi pasar Thailand relatif besar terhadap Indonesia.

Kata Kunci : Daya Saing, *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dan Indeks Konsentrasi Pasar (IKP).

ABSTRACT

Export is an activity that can support the increasing economy of a country. The number of countries importing products from Indonesia indicates that Indonesian products are not inferior to products from other countries. Competitiveness analysis is a benchmark used to measure the level of competitiveness of a country against rival countries. The purpose of this study is to determine the competitiveness of Indonesian motorcycle products incorporated in the Association of Indonesian Motorcycle Industry against Thailand. The analytical methods used in this study are the *Revealed Comparative Advantage Index* (RCA), the *Trade Specialization Index* (ISP) and the *Market Concentration Index* (IKP). Where RCA is used to determine the level of competitiveness in a state commodity against competitiveness, IKP to know the dependence of a commodity. And ISPs are used for competitive advantage of a state commodity. The results of this research from RCA in general the competitiveness of Thailand is still better than Indonesia. but Indonesia's competitiveness began to increase during the period 2015 - 2016 and Indonesia is able to compete with Thai motorcycle products. The results of ISP Indonesia are still at the stage of import substitution and Thailand is already in the maturation stage. The results of IKP can be seen that the reliance or concentration of the Thai market is relatively large on Indonesia.

Keywords: Competitiveness, *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Index of Trade Specializations* (ISP) and *Market Concentration Index* (IKP).

1. Pendahuluan

Ekspor merupakan suatu kegiatan yang dapat mendukung meningkatnya perekonomian suatu negara. Salah satu sektor ekonomi yang berkembang saat ini ialah industri otomotif karena didalam perdagangan Indonesia industri otomotif merupakan industri yang termasuk dari sepuluh komoditas ekspor utama. Meningkatnya komoditas otomotif Indonesia dapat ditunjukkan dari tingkat pengguna sepeda motor dari tahun 2016. Dimana jumlah populasi sepeda motornya sebesar 85 juta unit dari jumlah masyarakat Indonesia yang sekitar 250 juta orang. Hal ini dikemukakan oleh Gunadi Shindhuwita Ketua dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI). faktor yang mendukung meningkatnya sepeda motor di Indonesia ialah karena sepeda motor merupakan alat transportasi yang diminati karena harga yang ditawarkan dari sepeda motor lebih murah dari pada sebuah mobil (VIVA.co.id, 2016). dari data Badan Pusat Statistik menunjukkan nilai impor kendaraan bermotor pada periode 2015 tercatat bahwa negara Thailand sebagai negara pengimpor kendaraan bermotor terbanyak di Indonesia. Dimana nilai tersebut sebesar 735,0 Dollar US. Dari hal ini dapat dilihat adanya persaingan antara Indonesia dan Thailand. Dalam mengetahui tingkat daya saing Indonesia dengan Thailand dibutuhkan beberapa metode untuk mengukur daya saingnya. Daya saing dari suatu negara dapat diukur menggunakan Revealed Comparative Advantage (RCA), Indeks Spesialisasi Pasar (ISP) dan Indeks Konsentrasi Pasar (IKP) (Ragimun, 2012).

Berdasarkan uraian yang telah diungkapkan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui keunggulan komparatif produk sepeda motor Indonesia yang tergabung dalam AISI terhadap Thailand periode 2012 – 2016.
2. Untuk mengetahui keunggulan kompetitif sepeda motor Indonesia yang tergabung dalam AISI terhadap Thailand tahun 2012 – 2016.
3. Untuk mengetahui ketergantungan komoditas produk sepeda motor Indonesia yang tergabung dalam AISI terhadap Thailand periode 2012 – 2016.
4. Untuk mengetahui daya saing produk sepeda motor Indonesia yang tergabung dalam AISI terhadap Thailand.

2. Tinjauan Pustaka dan Metodologi

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Revealed Comparative Advantage*

Revealed Comparative Advantage atau RCA merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat daya saing komoditas ekspor suatu negara. Konsep ini pertama kali dikemukakan oleh Balassa (1989) dan digunakan dalam menganalisis keunggulan komparatif suatu komoditi dimana dengan membandingkan ekspor masing-masing komoditi dengan ekspor relatif pada suatu negara terhadap negara tujuan ekspor (Simangunsong dan Wulandari, 2016:90).

2.1.2 Indeks Spesialisasi perdagangan (ISP) dan Indeks Konsentrasi Pasar (IKP)

Indeks Spesialisasi Perdagangan atau *Trade Specialization Index* adalah suatu indeks yang digunakan untuk mengukur keunggulan kompetitif suatu produk yaitu dengan membandingkan selisih nilai bersih perdagangan dengan nilai total perdagangan produk dari suatu negara (Simangunsong dan Wulandari, 2016:91)

Sedangkan perhitungan indeks konsentrasi pasar (IKP) ini digunakan untuk mengukur ketergantungan suatu negara terhadap negara mitra dagangnya. Untuk mengetahui intensitas perdagangan dari suatu negara maka digunakan IKP. Nilai intensitas dari IKP ini didapatkan dari mengkuadratkan presentase perdagangan antara suatu negara dengan negara lain. Semakin besar nilai intensitas perdagangan dari negara tersebut (0-1), maka semakin besar ketergantungan suatu negara terhadap negara lain (Ragimun, 2012:11).

2.2 Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang didapat dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) (Surjaweni, 2015:39). Sedangkan tujuan dari penelitian ini ialah deskriptif eksplorasi dimana sebuah metode yang mengumpulkan data-data atau informasi awal yang dapat digunakan untuk merumuskan sebuah masalah dan ini bertujuan untuk menggambarkan segala hal (Ragimun, 2012:3). Tipe dari penelitian ini ialah komparatif dimana dalam penelitian ini membandingkan produk dari Indonesia dengan produk yang dimiliki Thailand. Keterlibatan peneliti dalam penelitian ini ialah peneliti tidak mengintervensi data dimana penelitian hanya menggunakan data sekunder dan data yang didapatkan dari sumber-sumber yang akurat. Berdasarkan unit analisis dari penelitian ini ialah organisasi dimana penelitian ini meneliti tentang suatu komoditas sepeda motor dari Indonesia dan waktu dalam penelitian ini ialah *time series* yaitu dimana penelitian ini menggunakan data tahunan dari nilai impor dan ekspor pada periode 2012 – 2016.

Tabel 2.1
Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional dan Referensi	Indikator	Dimensi
1	<i>Revealed Comparative Advantage (RCA)</i>	RCA merupakan metode yang digunakan untuk mengukur daya saing ekspor dari komoditas negara tersebut dan untuk mengetahui komoditas mana yang memiliki daya saing yang lemah ataupun kuat (Aprilia, Arifin dan Sunarti, 2015:3)	$RCA = \frac{(Xia)/(totalXa)}{(Xiw)/(totalXw)}$ <p>Keterangan :</p> <p>X = Nilai ekspor</p> <p>i = Komoditas</p> <p>a = Negara asal</p> <p>w = Dunia</p>	Rasio
2	Indeks Spesialis Pasar (ISP)	Indeks spesialis pasar atau ISP merupakan indeks yang mengukur keunggulan kompetitif dari suatu produk dimana produk tersebut diukur dengan cara membandingkan selisih nilai bersih perdagangan (Simangsongson dan Wulandari, 2016:89).	$ISP = \frac{(Xi - Mi)}{(Xi + Mi)}$ <p>Keterangan :</p> <p>Xi = Nilai ekspor komoditas i dari negara j</p> <p>Mi = Nilai impor komoditas i dari negara j</p>	Rasio
3	<i>Export Share</i>	<i>Eksport share</i> digunakan untuk memberikan gambaran dan kontribusi dari komoditas (Ragimun, 2012:3).	$Share_{ij} = \left(\frac{X_{ij}}{X_{iw}} \right)$ <p>Keterangan:</p> <p>X_{ij} = nilai ekspor komoditi i pada negara j</p> <p>X_{tj} = nilai total ekspor negara j</p> <p>X_{iw} = nilai ekspor komoditi i untuk seluruh dunia</p> <p>X_{tw} = nilai total ekspor dunia</p>	Rasio

4	Indeks Konsentrasi Pasar (IKP)	Indeks konsentrasi pasar (IKP) ini digunakan untuk mengukur ketergantungan suatu negara terhadap negara mitra dagangnya (Ragimun, 2012:11).	$H_j = \sqrt{\left(\sum \left(\frac{x_i^2}{X}\right)\right)}$ <p>Keterangan :</p> <p>H_j = Hirschman indeks</p> <p>X_i = Nilai ekspor produk tertentu</p> <p>X = Nilai total ekspor negara tertentu</p>	Rasio
---	--------------------------------	---	---	-------

3. Pembahasan

3.1 Analisis Berdasarkan Keunggulan Komparatif

Berdasarkan hasil analisis komparatif menggambarkan bahwa pada Periode 2012 – 2014 Indonesia masih belum mempunyai keunggulan komparatif atau daya saingnya masih lemah jika di bandingkan dari Nilai RCA Thailan pada periode tersebut. akan tetapi pada tahun berikutnya yaitu tahun 2015 dan 2016 nilai RCA dari Indonesia meningkat dari tahun sebelumnya dan pada periode ini, Indonesia telah memiliki keunggulan komparatif atau daya saingnya sudah lebih kuat di bandingkan Thailand karena jika dilihat hasil nilai RCA dari Indonesia pada periode 2015 dan 2016 nilai RCA Indonesia lebih tinggi dibandingkan Thailand.

Sedangkan dari semua anggota sepeda motor yang tergabung dalam Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI). Yamaha merupakan merek sepeda motor dari Indonesia yang dimana produknya dapat di saingan dengan produk sepeda motor dari Thailand. Karena berdasarkan tabel 4.2 nilai RCA Yamaha pada periode 2015 – 2016 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai RCA dari Thailand pada periode tersebut. Hal ini menggambarkan bahwa Yamaha memiliki keunggulan komparatif dan daya saing yang kuat dari pada Thailand pada periode tersebut.

3.2 Analisis Berdasarkan Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan analisis keunggulan kompetitif menggambarkan bahwa pada tahun 2012 – 2014 Indonesia masih berada pada tahap pengenalan yaitu dimana tahap ini Indonesia masih menerima banyak impor sepeda motor dari negara lain. lalu pada tahun 2015 dan 2016 Indonesia berada di tahap pertumbuhan yaitu dimana Indonesia melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan eksportnya juga pada pasar domestik penawaran untuk sepeda motor tersebut lebih besar dari pada permintaan.

Kemudian hasil ISP pada negara Thailand menunjukkan bahwa pada periode 2012 – 2014 Thailand sudah berada di tahap pematangan yaitu dimana tahap ini produk sepeda motor dari Thailand sudah pada tahap standarisasi teknologi pada tahap ini Thailand sudah menjadi *net exporter*. Jika dilihat dari secara garis besar dari rata-rata nilai ISPnya Indonesia dan Thailand. Thailand memasuki pada tahap pematangan sedangkan Indonesia masih dalam tahap substitusi impor dan hal ini menunjukkan bahwa Thailand lebih memiliki daya saing kompetitif dibandingkan Indonesia.

Sedangkan dari semua anggota sepeda motor yang tergabung dalam Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) pada priode 2016 yamaha memiliki nilai ISP lebih tinggi yang dimana Yamaha berada pada tahap pertumbuhan namun secara garis besar nilai ISP yamaha masih berada pada tahap substitusi impor dibandingkan Thailand yang sudah berada ditahap pematangan berarti Yamaha memiliki daya saing kompetitif yang lemah jika dibandingkan dengan Thailand.

3.2 Analisis Ketergantungan Produk Sepeda Motor Indonesia Terhadap Thailand.

Berdasarkan analisis indeks konsentrasi pasar dapat dilihat bahwa ketergantungan atau konsentrasi pasar Thailand relatif besar terhadap Indonesia. Jika terjadi masalah ekonomi pada negara Thailand maka akan berpengaruh besar karena komoditas produk sepeda motor terkonsentrasi juga di pasar Thailand. Sedangkan didalam anggota AISI haya Yamaha yang memiliki nilai IKP yang tinggi. Berarti ketergantungan pasar Thailand pada produk sepeda motor dari Yamaha juga lumayan besar.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

1. Keunggulan komparatif atau daya saing Indonesia pada periode 2012 – 2014 masih lemah jika dibandingkan dengan Thailand, Namun Indonesia mulai meningkat pada periode 2015 – 2016 karena keunggulan komparatif atau daya saing Indonesia lebih kuat jika dibandingkan dengan Thailand. Pada periode 2015 – 2016 Yamaha memiliki daya saing atau keunggulan komparatif yang lebih kuat dibandingkan produk sepeda motor Thailand.
2. Keunggulan kompetitif Indonesia berada pada tahap substitusi impor dan merek- merek sepeda motor yang tergabung dalam AISI masih berada pada tahap pengenalan terkecuali Yamaha yang berada ditahap substitusi impor namun masih menjadi importir produk sepeda motor sedangkan Thailand cenderung menjadi eksportir produk sepeda motor dan sudah berada di tahap pematangan.
3. Ketergantungan atau konsentrasi pasar Thailand relatif besar terhadap produk sepeda motor Indonesia dan ketergantungan atau konsentrasi pasar Thailand terhadap produk sepeda motor merek Yamaha cukup besar.
4. Secara umum daya saing produk sepeda motor Thailand masih lebih kuat jika dibandingkan dengan produk sepeda motor Indonesia. Sedangkan berdasarkan anggota yang tergabung dalam AISI. Yamaha merupakan produk sepeda motor dari Indonesia yang dapat disaingkan dengan produk sepeda motor Thailand.

4.2 Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah teknik analisis data yang lain seperti *Constant Market Share* (CMS).
2. Pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan informasi, memperluas pengetahuan dan wawasan yang terkait dengan analisis daya saing pada suatu industri dan negara.

Daftar Pustaka

- [1] Akhtar, W., Akmal, N., Shah, H., Niazi, M. A., & Tahir, A. (2013). Export competitiveness of Pakistani horticultural products. *Pakistan Journal of Agricultural Research*, 26(2).
- [2] Arifin, B. (2013). On the competitiveness and sustainability of the Indonesian agricultural export commodities. *ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(1), 81-100.
- [3] Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia : <http://www.aisi.or.id>
Balai Riset dan Standarisasi Industri Surabaya, Industri Motor Digeber Tingkatkan Eksor : <http://baristandsurabaya.kemenperin.go.id/98-baristand-news/1296-industri-motor-digeber-tingkatkan-ekspor.html> [10 Oktober 2017]
- [4] Kanaka, S. and Chinadurai, M. (2012). A Study of Comparative Advantage of Indian Agricultural Exports, *Journal of Management and Science*, 2(3), 1-9.
- [5] Maronrong, Ridwan. (2013). *Ekonomi Internasional*. Yogyakarta : deepublish
- [6] Mugiono. 2012. Strategi Memasuki Pasar China (studi perdagangan internasional provinsi jawa timur). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1): 71-84
- [7] Ragimun (2012), Analisis Daya Saing Komoditas Kakao Indonesia. *Jurnal Pembangunan Manusia*, 6(2).
- [8] Salvatore, Dominick. (2014). *Ekonomi Internasional* (Cetakan Pertama). Jakarta Selatan : Salemba Empat
- [9] Simangunsong, B. C., & Wulandari, R. A. (2016). Analisis Daya Saing Produk Pulp dan Kertas Indonesia di Pasar Dunia. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kayu Tropis*, 14(1), 87-101.
- [10] Saputra, Rendra. (2016, 11, Mei). Ini Jumlah Sepeda Motor Di Indonesia [Online]: <http://www.viva.co.id/otomotif/motor/770916-ini-jumlah-sepeda-motor-di-indonesia> [22 September 2017]
- [11] Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press